

流行樂壇白皮書增訂近新版 '94年度大碟 歲末成績揭曉

【記者潘罡/專題報導】

時間金錢都有限，市面上的CD卻永遠五花八門、琳瑯滿目地魅惑你的眼睛耳朵懶得逛街的人有福了，請接受具公信力排行榜的救贖。最高機密銷售血淚知多少「噫！嘻！噓！危乎！高哉！銷售之難難於上青天，蠶叢及門市，業務何茫然，爾來四千八百張，便與外言五萬張。」

以上是一位媒體工作者在初曉唱片業生態後，心有所感而寫的打油詩，名曰「銷售難」。一年將盡，又到了唱片業「清算」辛苦成果的時刻了，雖然今年唱片市場不如往常景氣，可是每家唱片公司或多或少仍有幾張暢銷專輯。「視聽版」因此也不能免俗，製作了年終古典流行唱片銷售排行榜的專題，讓讀者一窺究竟今年是誰在引領風騷。

可是，不知從何時開始，唱片的實際銷售數字竟成了「商業機密」，有些業者不大願意公布銷售真相，可是又不像要逃漏稅，因為他們所公布的數字常是灌水又加成，像今年就有把三萬膨脹成八萬的「案例」。除了面子比較掛得住外，問他們理由何在，最常得到的答案是，「要維護藝人的身價。」老實講，媒體似乎不該為這理由背書。

因此，這次製作專題，記者親赴各唱片公司，請他們拿出內部銷售報表，以資證明。感謝EMI等公司，他們都很樂意合作，讓記者製作的排行榜精確度大為提高；新力雖沒出示，但提供了一個「換算公式」，讓記者可估算出較正確的銷售數目。

很遺憾的，就只有寶麗金拒絕了記者的提議。基於「公平正義」的原則，寶麗金所公布的銷售數目，我們就暫且存疑。不過，在古典唱片方面，他們有一張「卡門幻想曲」，根據很多門市反映，確實很暢銷，所以我們把它列古典排行榜第十名，這是頗無奈的權宜之策。

風光的銷售成績背後往往隱藏著「慘烈」的奮鬥事蹟。為了「三大男高音世紀重逢」專案，飛碟國外部上下忙成一團，古典部一位企畫人員忙得沒時間照顧例行工作，結果在專案完成後，被以「業績不佳」的理由解職，現在「三大男高音」大賣，讓人頗有飛鳥盡良弓藏的感覺。

以小搏大，立下佳績的非主流產品「天使之音」情況更妙。最早是留聲掘到寶，出乎意外暢銷後，其它兩家業者也「平行輸入」，搶食大餅，變成同一張唱片有好幾家代理商的「奇觀」，結果造成拚價，最慘時曾降價到一張唱片一百九十九元，業者幾無利潤可言。所以，本來留聲靠這張唱片可以過個好年，但事實上只能望銀兩興嘆。這種情況已行之有年，大家輪流當主角，反映出部分小代理商之間的恩怨情仇。(記者/潘罡)西洋篇

電影配樂

獨領風騷台灣流行市場一向跟著美國走，近來倒有點例外。今年外國搖滾巨星像「珍珠果醬」、REM 在台灣都成績平平，新人尤其潰不成軍。上榜十張專輯中，有四張是電影原聲帶，藝術電影音樂竟然也能上榜；總計六張是去年發行的老片。

電影原聲帶的暢銷，對低迷的西洋流行音樂，無異注入一股強心劑。近來全球流行樂市場普遍不景氣，平均銷售量跌了一半以上。老外只好搬出以往的天王巨星來壓艙，滾石、平克佛洛伊德、瑪丹娜因此競出新片，但成績還是不如預期，大多數新人更乏善可陳，這些都和出片量過多、創作力衰退及經濟不振有關。

電影工業卻在近幾年達到前所未有的高峰，連帶提振了原聲帶市場。去年底，「好萊塢報導」特別製作專題探討原聲帶蓬勃發展的情況，可見老美也注意到它的市場潛力。

「獅子王」揉合了搖滾、歌舞劇及世界音樂，相當平易近人，加上電影賣座，在美國台灣兩地暢銷是很正常的情況。有點出人意外的是，舊片「終極保鏢」的原聲帶今年在台還有七萬張的銷售佳績，連同前年，它共賣了四十三萬張，惠妮休斯頓加上凱文科斯納的威力，真是無人能擋。

業界普遍的看法是，今年初「終極保鏢」才發行錄影帶，帶動新一專輯銷售排行榜

一九九四年西洋流行波買氣，這也是「阿拉丁」暢銷的主因。「鋼琴師和她的情人」倒真是教人刮目相看，無疑它的購買者當中，嚴肅音樂聽眾也占了很大比例。

瑪麗亞凱莉在美國成績還不錯，但在台灣可說好得出奇，她的曲風近乎抒情搖滾，類似**ALL-4-ONE**所走的路線，肯尼吉的作品也屬平易悅耳，可見本地流行樂迷還是傾向保守品味。

根據今年銷售情況，有的樂評家滿懷憂慮地認為搖滾樂前途將愈來愈不樂觀；業者為維持利潤，常打老人牌和巨星牌，導致新人出頭不易。不過也有人持相反看法，強調搖滾樂其實早就走進死胡同，正好趁不景氣時好好檢討，江山代有才人出，自然會有迎合時代品味的產品，電影配樂就是明證。(記者/潘罡)古典篇

教堂的感覺

最暢銷「儀式現象」是這次古典榜所揭示的第一點特徵，讓人平安喜樂的宗教音樂和有創意的產品也是今年樂迷的寵兒，不過「好聽悅耳」比什麼原因都重要。

榜首「三大男高音世紀重逢」會大賣，可說一點也不令人意外，前身「三大男高音世紀聯演」的銷售成績就是保證。主流公司透過電子、平面媒體，把世界杯足球賽閉幕典禮、三大男高音聚首營造成一場盛大而具宗教性質的國際儀式：它有近乎宗教傳道或魔術催眠效果，讓民眾自認為是儀式的參與者，享受認同感和歸屬感。

為了喚回美好的回憶，或讓自己建構歸屬感，或唯恐三大男高音聚首不再，不管有沒有看電視轉播，很多人都會心甘情願掏錢買唱片，你說這唱片能不賣嗎？

有趣的是，它產生了「母雞帶小雞」的效應，連四年前「三大男高音世紀聯演」也銷售奇佳，讓其他公司有點眼紅。**BMG**一位主管就表示，比較起來，他們「海飛茲全集」的成績才真正難能可貴。言下之意，「三大男高音」暢銷是應該的。

「葛利果聖歌」上榜也有類似的儀式現象：在唱片公司宣傳下，聆賞聖歌，宛如祈福或懺悔，是一場世紀末淨化心靈的共同儀式。

「天使之音」、「麥田之歌」也是宗教歌曲--總計十張暢銷片中，有三分之一是宗教音樂，讓不少人跌破眼鏡。代理商認為它們會賣是因曲風通俗、旋律好聽；有的業者則主張和近來盛行的「音樂療法」有關；也有人認為高明的唱片封面設計居功厥偉。

有創意的企畫也很能贏得樂迷認同，滾石兩張上榜的錄音就是明例。「離別之歌」不是純廣告用的CD書，而算一個完整音樂產品，結合實用性和感性於一身，不管送誰都很恰當，這是它致勝之道。「卡門」則是第一套中譯的歌劇全曲錄音，目前已有其它公司倣效這種作法，對落實音樂文化有很大幫助。業界一向盛傳滾石的企畫人員最有創意，從這裡就可窺見一斑。

由滾石出身的企畫人員把靈活的銷售、宣傳手法帶到**BMG**唱片公司，這就是「海飛茲全集」大賣的由來。國際記者會、贈品、龐大的宣傳造勢、直銷.....五花八門的架式揮出漂亮的全壘打。

上揚的「奇幻歷險記」算是古典化的電影配樂集錦，之所以能暢銷，音效功不可沒，所以購買者當中，音響迷所占比例最高。另外，它的曲目都很通俗悅耳--其實，這點正是絕大多數上榜片的共通處。「三大男高音」有很多電影名曲和民謠；「天使之音」用了電子合成樂甚至爵士鼓；「離別之歌」集合膾炙人口的古典小品；「卡門」是最有人緣的歌劇之一.....通俗無疑是暢銷最重要的充分條件。(記者/潘罡) 東洋篇

老人新將

大餅對分再過幾天，就要向一九九四年說再見了。此刻也正是日本樂壇忙於為歌手統計過去一年唱片銷售成績的時候。日前，日本最具公信力的專業排行榜雜誌「ORICON」就公布了一九九四年十大唱片銷售總排名(請參考附表)。表中呈現「新人強出頭；舊人去還留」的激烈競爭場面，就專輯及單曲兩個排行榜，分析日本樂壇的過去與未來。美夢成真專輯奪魁今年專輯榜奪冠的「美夢成真」合唱團，是繼「星光燦爛」專輯以銷售三百二十三萬張刷新恰克與飛鳥的「第一」紀錄之後，又寫下一項年度冠軍的紀錄。在日本擁有最多項唱片銷售紀錄的美夢成真，是由吉田美和、中村正人與西川隆宏等二女一男組成的團體。明年他們將挾著「日本第一」的頭銜進軍國際市場，以他們融合東西洋風格的音樂，勢必在世界流行樂壇將占有一席之地。

排名第二的竹內瑪麗亞以「印象精選輯」兩百三十七萬張的銷售量稱捷。這張專輯是她個人出道十六年來的最佳成績，收錄有日前衛視播過的日劇「戀棧夕陽情」主題曲，是賣座一大主因。季軍的MR.

CHILDREN合唱團也是單曲榜的冠軍，待單曲榜部分再繼續說明。去年名列第六位的**B'Z**今年爬升至第四名，這是由松本孝弘與稻葉浩志兩位實力男歌手組成的合唱團。自九二年崛起之後叱咤至今。第五名的女歌手**ZARD**則是去年的冠軍盟主，今年因強敵環伺，痛失寶座。新人單曲逼退老將歌手都不太熟悉，因為今年日本樂壇出現大批新人搶灘成功，高居榜首的**MR. HILDREN**，就是成軍不到三年的年輕團體，主唱櫻井和壽擔任主要作詞、作曲，加上田原健一、中川敬輔、鈴木英哉等四位男歌手組成。一九九二年他們的首支單曲「沒有妳的夏天」，沒沒無聞僅在年度排名的四百廿四位。誰知他們去年演唱日劇「同窗會」的主題曲(**CROSS ROAD**)之後，一夜成名！繼而被廣告商相中，推出可口可樂廣告曲「innocent world」，躍居年度冠軍。

九〇年代是日本流行樂壇的分野，一九九一年由小田和正、恰克與飛鳥等實力派歌手聯手掀起「歌藝復興時代」後，日本樂壇進入實力派掛帥與百萬銷售的時代。在即將來臨的一九九五年，歌曲仍將藉由日劇、廣告、卡通走紅，這樣的情勢將不會有所改變。特別值得一提的是，老牌巨星「恰克與飛鳥」雖是去年的單曲冠軍盟主，但今年卻落居十四名。未來這些「創造實力派掛帥」的老牌巨星是否經得起實力派新人的挑戰呢？街舞團體還會走紅另一個現象可以發現，去年台灣繼**L·A·BOYZ**之後，陸續出現如**THE PARTY**、**JUNGLE**這樣的街舞團體流行蓬勃。日本也不自外於世界潮流，去年日本走紅了一個叫「trf」三女二男的街頭團體。藉由小室哲哉擔任音樂製作人的魅力，trf成為頂替街舞團體始祖**ZOO**的新秀，在排行榜上表現一鳴驚人。

最後向歌迷報告一則「好消息」！「東洋年終排行榜」的盜版選輯一向盛行，今年由於政府對東洋音樂著作權依舊漠視，所以大家不必等太久，就可買到「一九九四年版」。但是也有一個「壞消息」：「一九九五年版」的盜版選輯，因為美國的三〇一條款的限制，盜版商勢必無法依名次把歌曲完整收錄。不過屆時盜版商將會以「自創」的榜單來欺騙消費者。所以真正想購買一九九四年走紅東洋音樂的讀者，不如直接剪下榜單到唱片行去收購，不失為全面認識「年度東洋歌曲」的妙法。

【1994-12-31/聯合報/47版/流行文化周報 視聽】

聯合線上公司 著作權所有 © udn.com All Rights Reserved.